



How

シードはどのように変わるのか

シードは創業以来、基礎研究から製品開発、製造、販売をすべて自社で行う国内一貫生産にこだわってきました。これは、製品の品質を担保し、シードの製品を使い続けていただきたいという想いが込められています。この想いは現在のシードにも受け継がれ、「Made in Nippon」によって確立した当社製品の品質の高さを「Japan Quality」と称し、アジア、欧州を中心に50以上の国と地域のお客さまに当社の製品・サービスをお届けしています。グループ全体で「Japan Quality」への誇りを忘れず、世界のお客さまの「見える」を創造することで、持続的な成長を目指します。

Answer

シードが培ってきた強みが 変革の原動力となる

シードの持続的な成長を支えるのは、過去から脈々とつないできたシードならではの商品力にあります。国内一貫生産体制によるメリットは、高品質かつ高付加価値のレンズが提供できるという点と、シードが独自の存在感を発揮しているという点です。また、海外情勢等により製品の輸入ができなくなるというリスク回避が可能です。

国内市場で培ってきた知見や強みを活用し、高品質かつ高付加価値な商品を日本から世界へお届けしていきます。

多様な商品・事業展開

シードは、多くのお客さまの「見える」をサポートするために、ハードコンタクトレンズ、使い捨てコンタクトレンズ、乱視用、遠近両用、サークルレンズ、動物用コンタクトレンズ等、幅広い商品を展開しています。また、虹彩欠損症患者さま向けの虹彩付きソフトコンタクトレンズをはじめ、多様なニーズにもきめ細かく対応できる商品も用意しています。さらに、Pureシリーズでは国内最大幅の度数ラインアップを実現し、一人ひとりの眼に寄り添った商品を提供しています(2024年6月時点)。

積極的な研究開発

シードは、世界で唯一実用化しているトリガーフィッシュ®システムに続く第2世代のスマートコンタクトレンズや、オルソケラトロジーレンズをはじめとした医療用コンタクトレンズ、内視鏡フード等のコンタクトレンズの技術を応用した他分野の医療機器・ソリューションの実用化に向けて挑戦し続けています。さらに、自社での研究開発にとどまらず、国内外の様々な企業、大学、研究機関とも共同研究を実施し、画期的な次世代製品の開発を目指しています。

Japan Quality

シードの生産拠点である鴻巣研究所では、高精度な全品検査体制によって徹底した品質管理を行っており、厳選された製品のみをお届けしています。2次元コードやIDタグによる一元的な生産・流通管理により、すべてのレンズにおけるトレーサビリティ(追跡調査)を可能にし、医療機器メーカーとしての品質を厳格に管理しています。さらに、製品の品質向上を目的としたTOC(Total Quality Control)も積極的に実施しており、歩留まり率の向上やコスト削減等にも寄与しています。

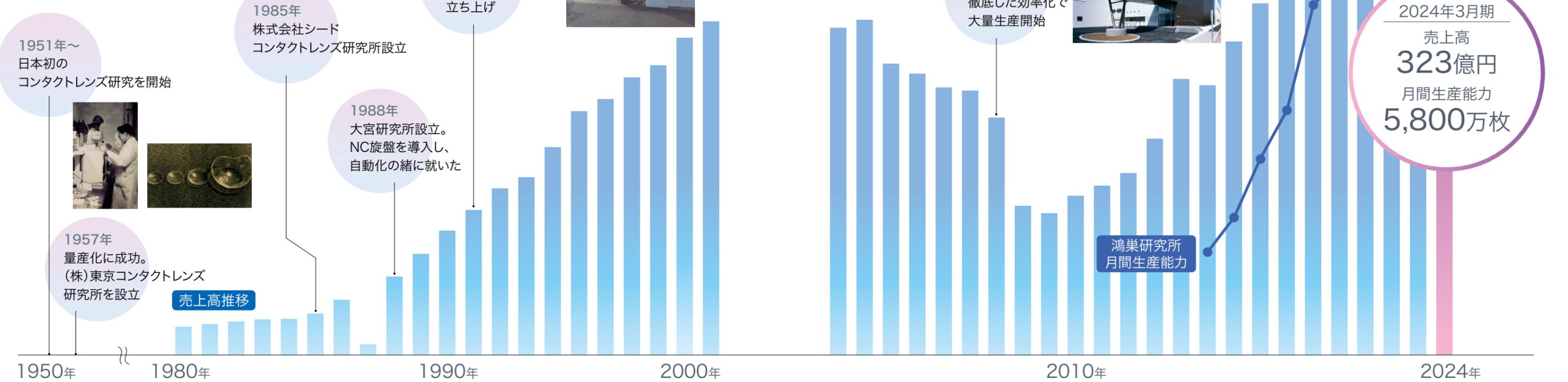
ブランド数
7種
商品ラインアップ数
37種

研究開発費
20億円
開発拠点
4拠点

度数範囲
国内最大
日本一の製造枚数
6,500万枚/月
(2024年3月時点)

高品質な商品をお届けしたいという想いで、一人ひとりの「見える」に貢献

シードの歴史は、義眼製造を営む厚沢弘陳が、順天堂大学に協力する形でコンタクトレンズの研究に着手したところから始まりました。創業当初は、一人ひとりの眼に合わせ手作業で度数を調整する製法でした。丁寧なものづくりで高品質な商品をお届けしたいという精神は、今のシードにも受け継がれています。



コンタクトレンズの普及

ハードコンタクトレンズが主流だった1972年、日本初のソフトコンタクトレンズを発売。装着感の良さから徐々に需要が高まり、シードは品質を追求し改良を重ねました。1988年には製造工程の自動化が実現し、コンタクトレンズ普及に向けた基盤ができました。

- 1972年** ソフト
ソフトコンタクトレンズを発売
日本初のソフトレンズ
- 1984年** ハード
酸素透過性の高い新素材を採用
ハードコンタクトレンズ「マイコンハイO₂」を発売
- 1992年** ケア
ソフトコンタクトレンズケアシステム「コンセプト F」を発売
煮沸消毒不要のケア用品

使い捨てコンタクトレンズのニーズ増加

1991年、日本市場に1週間タイプの使い捨てコンタクトレンズが海外から投入されます。衛生面の問題がクリアされたことで一気に需要が高まり、1997年にはシード初の2週間・1ヵ月交換型のコンタクトレンズを発売しました。その後、市場は1日使い捨てコンタクトレンズの需要拡大によりさらなる大量生産が求められ、2007年に60億円を投じて鴻巣研究所が竣工。国産初の高品質な使い捨てコンタクトレンズの大量生産を実現しました。また、2012年に発売した、新発想のサークルレンズがさらなる成長を支えました。

- 2004年** 2週間交換型
2週間交換コンタクトレンズを発売
初の国産使い捨てレンズ
- 2009年** ワンデー
1日使い捨てコンタクトレンズを発売
初の国産ワンデー
- 2012年** ワンデー
瞳の輪郭を際立たせるサークルレンズを発売

付加価値のあるコンタクトレンズを提供

2010年代以降は、時代とともに変化するニーズを捉え、視力矯正の効果があるオルソケラトロジーレンズや、眼圧変動を測るセンサーが搭載されたスマートコンタクトレンズ等、時代に先駆けて新たな付加価値のあるコンタクトレンズを商品化してきました。

- 2013年**
オルソケラトロジーレンズ「プレスオーコレクト®」の販売を開始
- 2018年**
スマートコンタクトレンズの国内承認を取得 **世界唯一**
- 2019年** ワンデー
EDOF原理を採用した遠近両用コンタクトレンズを発売 **日本初、医療発※**
- 2021年** ワンデー
デジタルデバイス使用時の瞳のストレス軽減を目指して開発したコンタクトレンズを発売
- 2022年** ワンデー
シリコーンハイドロゲルレンズを発売

※ EDOF (拡張焦点深度)の原理を取り入れたコンタクトレンズとして承認を取得し、日本で初めて製品化

市場ニーズに柔軟に対応し 「見える」に新たな価値を創出

シードは、使い捨てコンタクトレンズの利便性やサークル・カラーレンズのファッション性等、市場ニーズに柔軟に対応し、コンタクトレンズの可能性を追求してきました。これからも「見える」の課題に向き合い、新たな価値創造に挑み続けます。

